

BAB V

PENUTUP

V.1 Kesimpulan

Dari hasil pembahasan tingkat pengetahuan pengunjung Pasar Atom mengenai isi majalah “*Shopping at Pasar Atom*” Pada bab IV maka penulis dapat menyimpulkan bahwa responden penelitian sebagian besar adalah perempuan dengan usia diatas 21 tahun. Kebanyakan pekerjaan responden adalah sebagai karyawan swasta dengan pendidikan terakhir pada jenjang sarjana.

Secara umum tingkat pengetahuan dari pengunjung Pasar Atom tergolong tinggi. Secara khusus pengetahuan pengunjung Pasar Atom mengenai isi majalah “*Shopping at Pasar Atom*” tinggi pada pengetahuan produk terkhusus pada rubrik kuliner, artinya pengunjung Pasar Atom mengetahui secara baik isi dari majalah “*Shopping at Pasar Atom*” dari segi tingkat pengetahuan produknya pada bagian rubrik kuliner.

V.2 Saran

V.2.1 Saran Akademis

Saran akademis penelitian ini adalah penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan untuk penelitian sejenis lainnya, khususnya dalam bidang akademis ilmu komunikasi. Dengan penelitian ini juga, bidang akademis ilmu komunikasi dapat melihat fenomena penelitian yang lebih baik lagi dengan jenis penelitian, metode dan pendekatan yang berbeda dari penelitian ini.

V.2.2 Saran Praktis

Saran praktis penelitian ini adalah diharapkan divisi *promotion* Pasar Atom dapat mengembangkan lagi majalah “*Shopping at* Pasar Atom” dengan menambahkan rubrik-rubrik yang lebih *update* dan menarik sehingga dapat memberikan lebih banyak lagi informasi yang berguna seputar Pasar Atom dan informasi lainnya kepada para pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Engel, F. James., Roger D. Blackwell., Paul W. Miniard. (2004). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Ghozali, Imam. (2001). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Public Relations Writing: media public relations membangun citra korporat*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Morissan. (2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Silalahi, Ulber. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. (2015). *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Wawan, A., & Dewi M. (2010). *Teori & Pengukuran Pengetahuan Sikap dan Perilaku Manusia*. Yogyakarta: Nuha Medika.

Sumber Wawancara:

Chandra. (2017). *Pengunjung Pasar Atom Mall*. Tanggal 15 Desember 2017. Pukul 12.30 WIB.

Feni. (2017). *Divisi Promosi Pasar Atom*. Tanggal 25 November 2017. Pukul 11.20 WIB.

Gita. (2018). *Pengunjung & Pembaca Majalah "Shopping At Pasar Atom"*. Tanggal 12 Januari 2018. Pukul 12.30 WIB.

Melly. (2017). *Pengunjung & Pembaca Majalah "Shopping At Pasar Atom"*. Tanggal 28 Oktober 2017. Pukul 13.15 WIB.

Seli. (2018). *Pengunjung & Pembaca Majalah "Shopping At Pasar Atom"*. Tanggal 22 April 2018. Pukul 13.20 WIB.

Serlina. (2017). *Pengunjung & Pembaca Majalah "Shopping At Pasar Atom"*. Tanggal 27 Oktober 2017. Pukul 15.00 WIB.

Sumber Internet:

Website Pasar Atom: *pasaratom.com*. Diakses Tanggal 15 Mei 2017. Pukul 02.12 WIB

Website e-jurnal: *http://www.e-jurnal.com/2013/12/pengertian-majalah.html*. Diakses 19 Desember 2017. Pukul 18.30 WIB.